

**PENGARUH *TRUST IN A BRAND* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA  
KONSUMEN SABUN LIFEBOUY DI KOTA SURAKARTA**



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan  
Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

**ARMAN ARI WIBOWO**  
**B 100 070 160**

**FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2012**

## **PENGESAHAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca Skripsi dengan judul :

**“ PENGARUH *TRUST IN A BRAND* TERHADAP *BRAND LOYALTY*  
PADA KONSUMEN SABUN LIFEBUOY DI KOTA SURAKARTA”**

**Yang ditulis oleh :**

**Arman Ari Wibowo**

**NIM : B 100 070 160**

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima

Surakarta, Januari 2012

Pembimbing Utama

**(Rini Kuswati, SE, M.Si)**

Mengetahui

**Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Muhammadiyah Surakarta**

**(Dr. H. Triyono, SE, M.Si.)**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI**

Jl A. Yani Tromol Pos I Pabelan, Kartasura Telep. (0271) 717417 Surakarta-7102

**PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ARMAN ARI WIBOWO  
NIRM : 07.6.106.02016.50160  
Jurusan : MANAJEMEN  
Judul Skripsi : PENGARUH *TRUST IN A BRAND* TERHADAP *BRAND LOYALTY* PADA KONSUMEN SABUN LIFEBOUY DI KOTA SURAKARTA

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, Januari 2012  
Yang membuat pernyataan,

**Arman Ari Wibowo**

## **MOTTO**

*“ Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu,dan sesungguhnya yang demikian itu berat kecuali orang-orang yang beriman ”.*

***(Q.S Al – Baqarah : 45)***

*“ Mengakui kekurangan diri adalah tangga buat mencapai cita-cita, berusaha terus untuk mengisi kekurangan adalah kebenaran yang luar biasa ”*

*(Hamka).*

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada :

- ❖ *Allah SWT yang tidak pernah meninggalkan hambanya dan sebagai bentuk ibadahku.*
- ❖ *Kedua orang tuaku tercinta yang selalu mencurahkan kasih sayangnya tanpa henti.*
- ❖ Teman-teman yang selalu mendukung aku.
- ❖ Anak-anak Manajemen 2007 semoga sukses semua.

## Kata Pengantar



*Assalamu'alaikum Wr.Wb.*

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih dan Penyayang, atas segala rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dalam penulisan Skripsi ini, penulis telah banyak mendapat bantuan yang tulus dan ikhlas dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih pada berbagai pihak yang telah membantu mulai dari persiapan penulisan sehingga selesainya penulisan ini kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Setiaji, MS selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr.H. Triyono, SE, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Agus Muqorobin, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Ibu Rini Kuswati, SE, M.Si selaku pembimbing skripsi utama yang telah memberikan bimbingan sampai terselesaikannya skripsi ini
5. Seluruh dosen Manajemen FE UMS yang telah membimbing penulis selama menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
6. Teman-teman Kuliah ku angkatan 2007. Semoga kekompakan kita dan kebersamaan kita dapat terjalin hingga kita memiliki kehidupan sendiri-sendiri.

7. Serta terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya kata tak lepas dari sifat manusiawi, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun untuk dapat dijadikan pedoman bagi penulis kelak dikemudian hari.

Surakarta, Januari 2012

(Penulis)

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
ABSTRAKSI .....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	3
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
E. Sistematika Penulisan .....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Produk .....	7
B. Merk .....	9
C. Loyalitas Konsumen .....	13
D. Loyalitas Merek.....	17



E. Kepercayaan terhadap Merek .....	18
F. Faktor Pembentuk Kepuasan Pelanggan .....	20
G. Penelitian Terdahulu .....	22
H. Hipotesis .....	24
I. Kerangka Pemikiran .....	25

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel .....	26
B. Definisi Operasional Variabel .....	26
C. Jenis dan Sumber Data .....	27
D. Metode Pengumpulan Data .....	27
E. Metode Pengambilan Sampel .....	28
F. Metode Pengujian Kualitas Data .....	28
G. Metode Analisis Data .....	29

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Responden.....	38
B. Analisis Data .....	41
C. Pembahasan .....	53

### BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	56
B. Keterbatasan Penelitian .....	57
C. Saran .....	57

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1    Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	38
Tabel 4.2    Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3    Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	39
Tabel 4.4    Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	40
Tabel 4.5    Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	40
Tabel 4.6    Hasil Uji Validitas <i>Brand Characteristic</i> .....	42
Tabel 4.7    Hasil Uji Validitas <i>Company Characteristic</i> .....	42
Tabel 4.8    Hasil Uji Validitas <i>Consumer – Brand Characteristic</i> .....	43
Tabel 4.9    Rangkuman Hasil Uji Validitas <i>Brand Loyalty</i> .....	43
Tabel 4.10   Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.11   Hasil Uji Multikolinieritas .....	45
Tabel 4.12   Hasil Uji Autokorelasi.....	47

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar.4.1 Uji Normalitas Data .....	45
Gambar 4.2 Grafik <i>Scatterplots</i> .....	47

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk menganalisis pengaruh variabel *brand characteristic*, *company characteristic*, *consumer – brand characteristic* terhadap *brand loyalty* pada konsumen sabun Lifebuoy di kota Surakarta. Sampel dalam penelitian ini diambil dari seluruh warga Surakarta yang menggunakan sabun Lifebuoy dan telah memenuhi kriteria sebagai sampel yang ditetapkan peneliti yaitu 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non random sampling* dengan metode *purposive sampling* dan *convenience sampling*. Sedangkan sumber data penelitian ini diperoleh hasil pengisian angket dan literatur penelitian. Untuk mengukur validitas data penelitian menggunakan korelasi *product moment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *brand characteristic* dan *company characteristic* berpengaruh secara signifikan terhadap *brand loyalty*. Variabel *brand characteristic* mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel *brand loyalty*, hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien Beta untuk variabel *brand characteristic* sebesar 0,519.

Kata kunci : *brand characteristic*, *company characteristic*, *consumer – brand characteristic* terhadap *brand loyalty*.